

KOREAN PATENT ABSTRACTS

(11)Publication number: 1020000018067 A

(43)Date of publication of application:
06.04.2000

(21)Application number: 1020000000811

(71)Applicant: KIM, YANG HEE

(22)Date of filing: 08.01.2000

(51)Int. Cl G06F 17 /00

(54) CUSTOMER MANAGEMENT METHOD USING E-MAIL

(57) Abstract:

PURPOSE: A customer management method using an e-mail is provided to exchange the information between a consumer and a manufacturing company by announcing officially all kinds of information related to new products, fashion and manufacturing company and by managing the responded consumer as a mania as well as transmitting a mania chip exchangeable with the products after sending the e-mail to the consumer. CONSTITUTION: The client customer method using an e-mail comprises the steps of: announcing all kinds of information for publicity and customer management and presenting the questions for gathering personal information on the home page; recording and storing the personal information of the respondent to the questions in the customer information storage unit; reading the brand information recorded in the customer information storage unit and selected by the user through the data base(35); transmitting the read brand information along with the mania chip to e-mail address of the customer; judging the favorite brand group and purchasing pattern on the basis of the personal information and selected

brand of the customer; and transmitting a gift certificate or mania chip exchangeable with the products along with the additional information to the positively answering customer by e-mail. Thereby, it is possible to utilize all kinds of customer information as marketing data.

COPYRIGHT 2000 KIPO

특 2000-0018067

(19) 대한민국특허청(KR)
(12) 공개특허공보(A)

(51) Int. Cl.
G06F 17/00(조기공개)

(11) 공개번호 특2000-0018067
(43) 공개일자 2000년 04월 06일

(21) 출원번호	10-2000-0000811
(22) 출원일자	2000년 01월 08일
(71) 출원인	김양희 경기도 성남시 분당구 서현동 효자촌 삼환아파트 514-1502
(72) 발명자	김양희 경기도 성남시 분당구 서현동 효자촌 삼환아파트 514-1502

설명구 : 있음**(54) 이메일을 이용한 고객관리방법****요약**

본 발명은 인터넷 네트워크상에 각종 신상품정보와 유행정보 및 제조업체 정보 등을 홈페이지에 공지하고, 소비자들에게 구체적인 설문내용 및 제조업체의 상품정보를 이메일로 송부하여 이에 응답한 소비자를 매니아로 관리하고 더불어 상품과 교환이 가능한 매니아칩을 전송함으로서 소비자와 제조업체 간에 상호향으로 정보교환이 가능하도록 된 이메일을 이용한 고객관리방법에 관한 것이다.

본 발명은 인터넷(20)과 웹서버(30), 고객의 각종 정보를 확인 및 입력하기 위한 단말기(31), 신규 회원등록에서 회원관리 및 매니아칩 승부등의 처리과정과 각종 데이터 분류 또는 검색처리하는 고객관리프로그램이 저장된 프로그램저장부(32), 이메일을 송수신하는 이메일송수신기(33), 고객정보를 저장하는 고객정보저장부(34), 신/구제품안내 및 홍보물이 저장된 홍보용 데이터베이스(35) 및, 설문내용등을 저장하는 설문용 데이터베이스(36)로 이루어진 고객관리시스템을 이용하여 이메일을 활용하는 고객관리방법에 있어서 : 홈페이지에 브랜드 홍보 및 고객관리를 위하여 각종 자료를 공지하고 개인정보를 수집하기 위한 설문을 개재하는 제1 단계와, 상기 설문에 응한 사용자의 개인정보를 상기 고객정보저장부(34)에 기록한 후 저장하는 제2 단계와, 상기 고객정보저장부(34)에 기록한 저장된 사용자가 선택한 브랜드 자료를 데이터베이스(35)를 통해 읽어들이는 제3 단계와, 상기 읽어들인 브랜드 자료와 더불어 매니아칩을 고객의 이메일 주소로 전송하는 제4 단계와, 상기 고객의 개인정보 및 선택한 브랜드를 근거로 보다 전문적인 소비자 실태조사에 따른 패턴을 판단하는 제5 단계와, 상기 제5 단계의 판단결과를 근거로 보다 전문적인 소비자 실태조사에 따른 설문내용과 더불어 이 설문내용에 진술하여 응하는 고객에게 매니아칩을 추가전송 안내문을 이메일로 전송하는 제6 단계와, 상기 제6 단계의 설문내용에 들판 고객의 답변을 분석하여 매니아 회원으로 가입여부를 판단하고, 해당 브랜드의 데이터베이스에 설문내용을 저장하는 제7 단계 및, 상기 설문내용에 적극적으로 응한 매니아 회원에게 추가적인 자료제공과 더불어 매니아 회원등록 안내 및 상품권 또는 상품으로 직접 교환이 가능한 매니아칩을 이메일을 통해 전송하는 제8 단계를 포함하여 구성된 것을 특징으로 한다.

1. 표지**도 1****속언어**

이메일, 웹서버, 인터넷, 마케팅, 매니아, 브랜드, 이미지

설명서**도면의 간단한 설명**

도 1은 본 발명의 이메일을 이용한 고객관리방법에 따른 구성을 개략적으로 나타낸 블록구성도.

도 2는 본 발명에 따른 이메일을 이용한 고객관리방법의 홍보용 데이터베이스의 구성을 개략적으로 나타낸 도면.

도 3은 본 발명에 따른 이메일을 이용한 고객관리방법의 고객정보 데이터베이스의 구성을 개략적으로 나타낸 도면.

도 4는 본 발명에 따른 이메일을 이용한 고객관리방법의 설문용 데이터베이스의 구성을 개략적으로 나타낸 도면.

도 5는 본 발명에 따른 매니아칩의 실례를 나타낸 예시도.

* 도면의 주요 부분에 대한 부호 설명 *

10, 11, 12 : 고객	20 : 인터넷
30 : 웹서버	31 : 단말기
32 : 프로그램저장부	33 : 이메일송수신기
34 : 고객정보저장부	35 : 홍보용 데이터베이스
36 : 설문용 데이터베이스	

설명의 상세화 설명

설명의 목적

설명이 속하는 기술분야 및 그 분야의 종래기술

본 발명은 인터넷을 이용한 고객관리방법에 관한 것으로, 보다 상세하게는 인터넷 네트워크상에 다양한 행정정보와 신제품정보 및 설문내용 등을 홈페이지에 공지하고, 설문에 응한 소비자에 대하여 구매패턴에 적합한 신상품정보 및 상품과 교환이 가능한 매니아첩을 고객의 이메일로 전송함으로써 소비자와 제조업체간에 쌍방향으로 정보교환이 가능할은 물론 소비자의 제조업체에 대한 충성도를 한층 고취시킬수 있도록 된 이메일을 이용한 고객관리방법에 관한 것이다.

일반적으로, 인터넷 광고는 인터넷 홈페이지를 통해 자체적으로 광고가 이루어지고 있으며, 이는 특히 배너광고를 통해 이루어지는 바, 일반 사용자들이 아이콘 형태로 이루어진 배너광고를 클릭하게 되면 해당 광고를 저장한 서브페이지가 열리는 방식으로 이루어진다.

또한, 최근에는 광고효과를 극대화시키기 위하여 광고페이지상의 그림이나 도안, 문자를 중에 보를 나누는 문자나 도형이 개재되어있어 사용자가 그 문자를 클릭하게 되면 사이버머니(Cyber Money) 등의 보상을 획득할 수 있도록 되어 있다.

한편, 종래의 의류, 서적, 자동차, 악세서리등의 각종 소모 또는 기호품을 제조 판매하는 기업체(미하, 제조업체리 청탁)에서는 소비자의 구체적인 구매패턴 예컨대 성별, 성향, 나이, 학력, 직업, 색깔, 성격등의 고객정보를 확보하기가 매우 어렵기 때문에, '상기 제조업체는 소비자에 대한 브랜드 지지도 및 판매상품에 대한 반응집계 등의 마케팅자료를 확보하기 위하여 예컨대 잡지사, 아벤트대행업체, 리서치사 등에 의뢰하여 소비자 실태조사를 실시하고 있다.

그러나, 상기한 소비자 실태조사를 시행하기 위해서는 많은 시간과 철저한 준비 그리고, 이에 따른 인원 및 비용이 과다하게 지출되는 것에 번해서, 상기 소비자 실태조사는 설문장소, 설문내용의 출설도, 응답자 자세, 연령, 학별, 성별, 조사담당자 등에 따라 응답내용이 일관성 없이 조사됨으로서, 실질적으로 구체적이고 실용성이 있는 마케팅자료로 활용되기가 매우 어렵기 때문에, 과다한 인원 및 시간, 비용지출에도 불구하고 효과적인 소비자 실태조사가 이루어지지 못하고 있는 실정이다.

또한, 상기 제조업체의 자사영업점 소수의 판매사원들이 자신의 영업수완으로 독특한 문서형태의 서식으로 고객관리를 실행하고 있으나, 문서화된 고객정보라 하더라도 일시적으로 보관 및 판매사원의 퇴사 또는 파견근무 등에 의하여 실용가치가 떨어지고, 분실가능성 및 고객의 불편설한 답변으로 정확한 소비자 실태조사가 이루어지기 어렵다.

따라서, 상술한 바와 같이 소비자의 구매성향이나 라이프스타일등 각종 정보를 이용한 홍보 및 광고, 판매전략, 상품정보제공등이 효과적이지 못하기 때문에, 제조업체에서는 실질적인 소비자 실태조사 보다는 브랜드 이미지광고에 막대한 광고비용을 지출하고 있는 실정이다.

설명이 이루고자 하는 기술적 효과

본 발명은 상기한 사정을 감안하여 창출된 것으로, 인터넷 네트워크상에 각종 신상품정보와 유행정보 및 제조업체 정보등을 홈페이지에 공지하고, 소비자들에게 구체적인 설문내용 및 제조업체의 상품 정보를 미제작업체 간에 전송하여 이에 응답한 소비자를 매니아로 관리함과 더불어 상품과 교환이 가능한 매니아첩을 전송함으로서 소비자와 제조업체 간에 쌍방향으로 정보교환이 가능하도록 된 이메일을 이용한 고객관리방법을 제공하는데 그 목적이 있다.

또한, 본 발명의 다른 목적은 고객의 이메일로 주기적으로 각종 정보를 제공함과 더불어 정보에 대한 설문을 실시하여 이를 데이터베이스로 구축하고, 제조업체는 구축된 데이터베이스를 근거로 나이 및 성별, 직업등으로 분류하여 신상품 및 구상품의 반응조사, 판매예측 등의 마케팅자료로 활용이 가능하도록 된 이메일을 이용한 고객관리방법을 제공한다.

본 발명은 상기한 목적을 달성하기 위하여, 인터넷과, 웹서버, 고객의 각종 정보를 확인 및 입력하기 위한 다수의 단말기, 신규 회원등록에서 회원관리 및 매니아첩 승부등의 처리과정과 각종 데이터 분류 또는 고객정보처리하는 고객관리프로그램이 저장된 프로그램저장부, 이메일을 승수신하는 이메일송수신기, 고객정보저장하는 고객정보저장부, 신/구제품안내 및 홍보물이 저장된 홍보용 데이터베이스 및, 설문내용등을 보를 저장하는 고객정보저장부, 신/구제품안내 및 홍보물이 저장된 홍보용 데이터베이스 및, 설문내용등을 저장하는 설문용 데이터베이스로 이루어진 고객관리시스템을 이용하여 이메일을 활용하는 고객관리방법에 있어서; 홈페이지에 브랜드 홍보 및 고객관리를 위하여 각종 자료를 공지하고 개인정보를 수집하기 위한 설문을 개재하는 제1 단계와, 상기 설문에 응한 사용자의 개인정보를 상기 고객정보저장부(34)에 기록한 후 저장하는 제2 단계와, 상기 고객정보저장부에 기록 저장된 사용자가 선택한 브랜드 자료를 데이터베이스로 저장하는 제3 단계와, 상기 고객정보저장부에 기록 저장된 사용자가 선택한 브랜드 자료를 데이터베이스를 통해 읽어들이는 제4 단계와, 상기 고객의 개인정보 및 선택한 브랜드 자료를 근거로 선호브랜드군과 구매패턴을 판단하는 제5 단계와, 상기 제5 단계의 판단결과를 근거로 보다 전문적인 소비자 실태조사에 따른 설문내용과 더불어 이 설문내용에 진술히 응하는 고객에게 매니아첩을 추가전송 안내문을 이메일로 전송

하는 제6 단계와, 상기 제6 단계의 설문내용에 응한 고객의 답변을 분석하여 매니아 회원으로 가입여부를 판단하고, 해당 브랜드의 데이터베이스에 설문내용을 저장하는 제7 단계 및, 상기 설문내용에 적극적으로 응한 매니아 회원에게 추가적인 자료제공과 더불어 매니아 회원등록 안내 및 상품권 또는 상품으로 직접 교환이 가능한 매니아칩을 이메일을 통해 전송하는 제8 단계를 포함하여 구성된 것을 특징으로 하는 이메일을 이용한 고객관리방법을 제공한다.

또한, 상기 제6 단계의 구체적인 설문내용에 응한 매니아 회원의 답변을 분석 및 분류하여 상기 설문용 데이터베이스의 개별 브랜드에 등록 저장하고, 상기 매니아 회원에게 주기적으로 각종 정보를 제공함과 더불어 정보에 대한 설문을 실시하여 데이터베이스로 구축하여, 이 구축된 데이터베이스를 근거로 신상품 및 구상품의 반응조사, 판매예측, 연령층별 선호도, 시장흐름을 판단하는 마케팅 자료로 활용할 수 있도록 된 것을 특징으로 한다.

발명의 구성 및 작용

본 발명에 따른 인터넷을 이용한 고객관리방법의 구성 및 작용을 바람직한 일실시예를 통하여 상세하게 설명한다.

첨부된 도면, 도 1은 본 발명의 이메일을 이용한 고객관리방법을 실현하기 위한 구성을 개략적으로 나타낸 블록 구성도이다.

이를 참조하면, 참조번호 10, 11, 12는 이메일을 통해 자발적으로 데이터를 입력 또는 각종 정보 및 자료를 다운받기 위한 예컨대 개인용 컴퓨터(Personal Computer)를 갖춘 다수의 고객이고, 20은 공지의 인터넷, 30은 공지의 웹서버(Web Server)로서, 상기 인터넷(20)을 통해 다수의 고객으로부터 입력되는 각종 데이터를 프로그램저장부(32)의 기저장된 고객관리프로그램에 따라 분류 및 검색하여 그 결과를 해당되는 데이터베이스에 기록 저장함과 더불어 징지전반을 제어하게 된다.

또한, 참조번호 31은 제조업체의 매장에 설치되는 것으로, 기존 고객은 물론 신규 고객의 각종 정보를 확인 및 입력하기 위한 예컨대 개인용 컴퓨터(PC)와 같은 다수의 단말기이고, 32는 신규 회원등록에서 회원관리 및 매니아칩, 송부등의 처리과정과 각종 데이터 분류 또는 검색처리하는 고객관리프로그램이 저장된 프로그램저장부, 33은 상기 웹서버(30)의 제어에 따라 이후에 설정한 고객정보저장부(34)에 저장된 고객정보를 근거로 이메일을 통해 각종 자료 및 매니아칩을 고객에게 전송하고 고객으로부터 송출되어 수신되는 이메일 내용을 일시 저장하는 이메일송수신기이다.

또한, 참조번호 34는 고객이 인터넷(20)을 통해 제조업체의 홈페이지에 접속하여 입력하거나, 상기 매장에 설치된 단말기(31)를 통해 입력하는 고객정보를 상기 고객관리프로그램을 근거로 분류하여 순차적으로 저장하는 고객정보저장부이고, 35는 제조업체의 자체적인 각종 정보를 주기적으로 업그레이드시키는 신/구제품안내 및 홍보용 자료를 저장하는 홍보용 데이터베이스, 36은 제조업체가 소비자 실태조사 및 반응 등의 각종 설문내용을 저장함과 더불어 이러한 설문에 응답한 고객의 답변을 체계적으로 분류 저장하는 설문용 데이터베이스이다.

상기한 구성으로 된 본 발명의 일 실시예에 따른 이메일을 이용한 고객관리방법에 대하여 첨부된 도면을 참조하여 상세하게 설명한다.

도 2는 본 발명에 따른 이메일을 이용한 고객관리방법의 홍보용 데이터베이스의 구성을 개략적으로 나타낸 도면이다.

이를 참조하면, 상기 제조업체는 자체적으로 고객관리를 위해 현재 제조되고 있거나 제조된 상품의 브랜드군·예컨대 캐주얼브랜드군(51), 정장브랜드군(52), 스포츠브랜드(53)등을 형성하고, 해당 브랜드군 내에는 개별 브랜드를 미엔씨(511), 오조크(512), 오즈세컨(513), 애스제이(514)등으로 각각 형성하여 해당 브랜드의 신상품(511-1), 구상품(511-2), 세일상품(511-3)등 순차적으로 각종 제품정보·사진·제품이미지, 제품의 대상·연령층, 코드, 악세서리등의 홍보용 각종 자료를 홍보용 데이터베이스(35)로 구축하여 이를 근거로 인터넷(20) 홈페이지를 통해 브랜드 이미지홍보 및 개별 브랜드의 상품정보를 제공하며, 또한 상기 각종 자료들에 대하여 주기적으로 업그레이드를 실행함으로써 다수의 고객이 개인용 컴퓨터 등을 통해 상기 홈페이지에 접속하여 자신이 원하는 자료 또는 정보를 실시간으로 확인 및 다운받을 수 있도록 제공하게 된다.

도 3은 본 발명에 따른 이메일을 이용한 고객관리방법의 고객정보 데이터베이스의 구성을 개략적으로 나타낸 도면이다.

이를 참조하면, 상기 제조업체는 인터넷(20) 홈페이지를 통해 상기한 바와 같이 각종 자료를 제공함과 더불어 회원가입을 유도하고, 회원가입을 원하는 고객에게는 다음과 같은 안내문을 화면으로 제공하게 된다. 예를 들면, 1. 회원의 아이디와 이메일주소 및 주민등록번호는, 2. 귀하의 연령은, 3. 귀하의 직업은 ①회사원(관리직) ②회사원(전문직) ③프리랜서, 혹은 자영업 ④중, 고등학생 ⑤대학생 ⑥대학원생, 4. 귀하의 주소는(우편번호에 의한 검색), 5. 귀하가 평소에 주로 입는 옷 스타일은 다음과 같은 군에 속합니다 ①여성스럽고 귀여운 스타일 -오즈세컨, 애스제이, 강... ②세련되고 도회적인 감각의 캐주얼 스타일- 96ny, 시스템... ③심플하면서도 여성스러움이 가미된 캐릭터 스타일- 미안, 모리스 커밍풀... 6. 주로 패션이나 브랜드 상품 정보를 읽는 곳은 어디에서 입니까 ①집지 ②친구들, 동료... 7. PC통신, 혹은 인터넷을 통하여 얻고싶은 선호하는 브랜드의 정보는 무엇입니까 ①매장위치, 전화번호 정보 ②신상품의 가격, 디자인등의 정보 ③이벤트나 세일소식..., 8. 주로 접속하는 패션사이트는 어디입니까 ①룰루 ②fashion plus... 등의 상기 회원가입에 따른 설문내용에 적극적으로 응답한 고객의 개인정보를 도 3에 도시된 바와 같이 고객정보저장부(34)에 순차적으로 회원정보(100), 이메일주소(101), 접속정보(102), 매니아칩정보(103), 선호도정보(104) 순으로 저장하게 된다.

이어, 상기 제조업체는 상기한 바와 같이 회원으로 가입을 원하는 고객의 개인정보를 고객정보저장부(34)에 저장 등록한 상태에서, 상기 고객이 제조업체의 홈페이지에 공지된 브랜드 군별로 선호하는 브랜드군과, 해당군에 브랜드가 다수개인 경우에는 각 브랜드 마다 회원등록을 선택할 것인지 여부를 결정할 수

있도록 안내하게 된다.

예를 들면, 상기 제조업체의 홈페이지에 방문한 고객이 캐주얼 매니아회원으로 가입하기 위해서 예컨대 '#'자를 해당 브랜드 옆에 표시하면 되는 것으로, 다수의 브랜드군 중에 미리 서치한 해당 브랜드에 이엔씨(#), 오조크(#), 오즈세컨(#), 에스제이(#)등으로 선택하게 되면 상기 고객정보저장부(34)의 선호도정보(104)에 이엔씨(#), 오즈세컨(#)이 등록 저장되게 된다.

이후, 상기 웹서버(30)는 프로그램저장부(32)의 고객관리프로그램을 근거로 상기 고객이 선택한 브랜드 예컨대 미엔씨(#), 오즈세컨(#)의 각종 정보를 홍보용 데이터베이스(36)로부터 읽어들여 브랜드 정보 예컨대 제품정보 사진, 제품이미지, 제품의 대상 연령층, 전문코드, 어울리는 악세서리등의 홍보용 각종 자료를 상기 입력된 고객의 이메일주소로 이메일송수신기(32)를 통해 전송하게 된다.

도 4는 본 발명에 따른 이메일을 이용한 고객관리방법의 설문용 데이터베이스의 구성을 개략적으로 나타낸 도면이다.

이를 참조하면, 상기한 바와 같이 고객 자신이 선택하게 되면 해당 브랜드 별로 고객을 관리할 수 있도록 예컨대 jin72@shin.com이라는 이메일 주소의 고객이 이엔씨 및 오즈세컨 브랜드를 선택하게 되면, 고객은 해당 브랜드의 자료를 승가한 바와 같이 이메일주소로 받아볼 수 있고, 미엔씨 및 오즈세컨 브랜드에 미 회원기록이 설문용 데이터베이스(36)의 캐주얼브랜드군의 이엔씨(6111)와 오즈세컨(6113)에 예컨대 선호도 치수가 1 증가하여 저장 등록된다. 그리고, 상기 캐주얼브랜드군의 미엔씨(6111)와 오즈세컨(6113)등에는 구체적인 설문내용이 등록 저장되어 있다.

한편, 상기 고객이 개별 브랜드를 선택하게 되면 상기 웹서버(30)은 설문용 데이터베이스(36)에 도시되지 않은 저장된 브랜드 선호도를 측정하기 위한 구체적인 설문내용을 읽어들여 이메일송수신기(33)를 통해 도 5에 도시된 매니아침(40)과 더불어 해당 고객의 이메일주소로 발송하게 된다.

상기 매니아침(40)은 고객이 회원에 가입하여 설문이나 모니터에 응했을 때 자동발송되는 것으로, 상기 설문이나 의견제시 부분에서 일종의 마일리지 형태로 응답한 횟수에 따라 해당 브랜드 상품으로 교환하거나 브랜드사와 협의하여 상품권이나 혹은 상품으로 교환이 가능하게 된다.

또한, 상기 매니아침(40)은 고객정보저장부(34)의 매니아침정보(103)에 발송횟수 및 매니아침 번호(103-1)가 기록 저장되어 있으며, 매니아침 부분에 대한 흥미 및 링크시켜서, 회원 아이디, 이를 로그인 했을 때, 자신의 매니아 침의 수령여부를 확인할 수 있도록 구현되어 있다.

그리고, 상기 설문용 데이터베이스(36)로부터 읽어들인 브랜드 선호도를 측정하기 위한 구체적인 설문내용은 데이터 분류에 표준이 되는 것으로, 의상보유비중, 구입시기, 구입스타일 등의 각종 설문으로 브랜드에 대한 선호도 및 마케팅 자료로 분류할 수 있도록 고객에게 예컨대 '브랜드 매니아로 가입하신 것을 감사드립니다. 다음의 질문에 진솔하게 답변해 주시면 매니아침(40)이 자동발송됩니다' 안내문과 더불어 고객의 이메일로 발송하게 된다.

이어, 상기 제조업체는 매니아회원을 보다 구체적으로 관리하기 위한 실질적인 설문내용은 예를 들면, 1. 해당브랜드의 상품이 자신의 전체 의상중 차지하는 비율은 어느정도입니다. (선호도구분 1) ①0~10% ②11-20% ③21-30% ④31-40% ⑤41-50% ⑥51~60% ⑦61%이상, 2. 해당 브랜드의 상품을 주로 구입하는 시기는 다음과 어디에 속합니다? (선호도 구분2) ① 백화점, 혹은 대리점-세일기간이 아닐 경우라도 소비 구입 ② 해당브랜드의 세일기간을 기다렸다가 구입 ③ 해당브랜드의 상설 할인매장을 이용 ④ 백화점내의 전시행사 혹은 시즌할인 등 특수한 행사를 이용하여 구입 ⑤ 위의 경우 모두 해당 ⑥ 기타(간접하게 설명), 3. 해당 브랜드에서 앞으로 구매하고자 하는 아이템을 세주세요 (2개 표시가능) ① 정장 1벌 ② 스커트 ③ 패치 ④ 자켓 ⑤ 니트 ⑥ 티셔츠 ⑦ 원피스 ⑧ 청바지 ⑨ 면바지 ⑩ 가방, 신발 등 악세서리 ⑪ 기타(간접하게 설명)등과 같은 제조업체의 마케팅자료로 사용이 가능한 설문내용을 추가적으로 보완하여 고객의 이메일주소로 발송하게 된다.

또한, 상기 각 브랜드의 홍보성 메일이나 신상품소식 등을 그림화일과 텍스트형식으로 고객의 이메일주소로 보내어지게 된다. 예컨대 기본 홍보자료: ①신규매장위치, 전화번호 정보 ②신상품의 사진, 가격, 디자인 포인트등 ③이벤트나 세일소식등이며, 상기 설문형식의 자료는 각 브랜드의 담당자들과 협의하여 고객성향조사가 가능한 문제를 설문형식으로 만들어지고, 상기 모든 단계는 일련과 즉시 실시간으로 저장되며 상기 매니아침(40)의 발송에 있어서도 일련과 즉시 고객의 이메일주소로 실시간 자동발송을 원칙으로 한다.

따라서, 상기 제조업체는 고객과의 이메일을 통한 쌍방향으로 의견수렴 및 홍보등을 자연스러운 방법으로 실행함으로써 각종 설문내용을 근거로 소비자 실태조사는 물론 고객관리, 고객의 충성도를 고취, 향후 고객의 구매동향 및 상품에 대한 반응조사와 판매예측으로 마케팅자료로 활용할 수 있게 된다.

또한, 본 발명의 실시예에 따른 이메일을 이용한 고객관리방법은 상기한 실시예에 한정되는 것이 아니고, 그 기술적 요지를 벗어나지 않는 범위에서 다양하게 병행 및 변경 실시할 수 있다.

본명의 호흡

상기한 바와 같이 이루어진 본 발명에 따른 이메일을 이용한 고객관리방법은 제조업체와 고객간에 쌍방향으로 이메일을 통해 각종정보 및 상품권 혹은 상품과 교환할 수 있는 매니아침을 발행하여 고객의 제조업체에 대한 충성도를 고취시키고 설문내용을 적극 활용하여 재구매를 유도하는 한편 이 시스템을 통하여 데이터 저장장치에 축척된 각종 고객 데이터들을 이용, 향후 고객의 구매동향 및 제조사의 상품에 대한 반응조사와 판매예측으로 마케팅자료로 활용할 수 있는 효과가 있다.

(57) 청구의 범위

청구항 1

인터넷(20)과, 웹서버(30), 고객의 각종 정보를 확인 및 입력하기 위한 다수의 단말기(31), 신규 회원등록에서 회원관리 및 매니아침 충부등의 처리과정과 각종 데이터 분류 또는 검색 처리하는 고객관리 프로그램이 저장된 프로그램 저장부(32), 이메일을 송수신하는 이메일송수신기(33), 고객정보를 저장하는 고객정보저장부(34), 신/구제품안내 및 홍보물이 저장된 홍보용 데이터베이스(35) 및, 설문내용 등을 저장하는 설문용 데이터베이스(36)로 이루어진 고객관리시스템을 이용하여 이메일을 활용하는 고객관리방법에 있어서:

홈페이지에 브랜드 홍보 및 고객관리를 위하여 각종 자료를 공지하고 개인정보를 수집하기 위한 설문을 개재하는 제1 단계와,

상기 설문에 응한 사용자의 개인정보를 상기 고객정보저장부(34)에 기록 저장하는 제2 단계와,

상기 고객정보저장부(34)에 기록 저장된 사용자가 선택한 브랜드 자료를 데이터베이스(35)를 통해 읽어들이는 제3 단계와,

상기 읽어들인 브랜드 자료와 더불어 매니아침을 고객의 이메일 주소로 전송하는 제4 단계와,

상기 고객의 개인정보 및 선택한 브랜드를 근거로 선호브랜드군 및 구매패턴을 판단하는 제5 단계와,

상기 제5 단계의 판단결과를 근거로 보다 전문적인 소비자 실태조사에 따른 설문내용과 더불어 이 설문내용에 진솔히 응하는 고객에게 매니아침을 추가전송 안내문을 이메일로 전송하는 제6 단계와,

상기 제6 단계의 설문내용에 응한 고객의 답변을 분석하여 매니아 회원으로 여부를 판단하고, 해당 브랜드의 데이터베이스에 설문내용을 저장하는 제7 단계 및,

상기 설문내용에 적극적으로 응한 매니아 회원에게 추가적인 자료제공과 더불어 매니아 회원등록 안내 및 상품권 또는 상품으로 직접 교환이 가능한 매니아침을 이메일을 통해 전송하는 제8 단계를 포함하여 구성된 것을 특징으로 하는 이메일을 이용한 고객관리방법.

첨구항 2

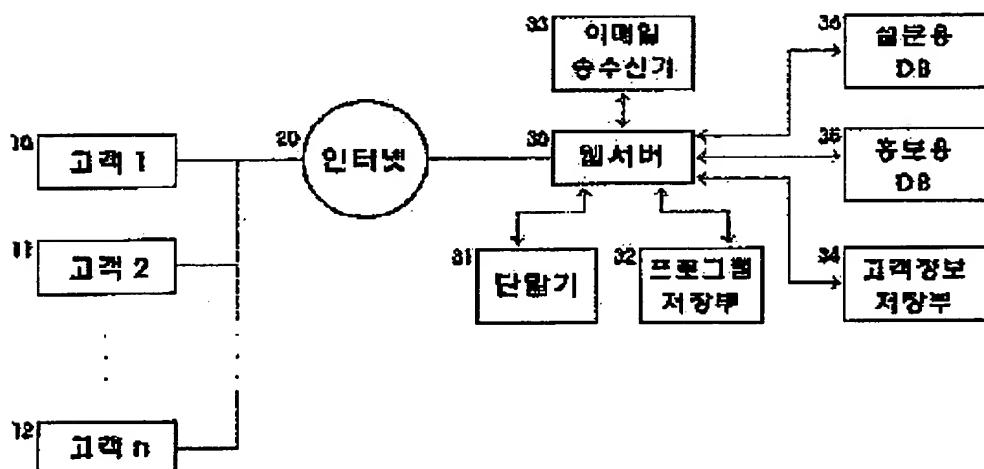
제 1 항에 있어서:

상기 제6 단계의 구체적인 설문내용에 응한 매니아 회원의 답변을 분석 및 분류하여 상기 설문용 데이터베이스(36)의 개별 브랜드에 등록 저장하고,

상기 매니아 회원에게 주기적으로 각종 정보를 제공함과 더불어 정보에 대한 설문을 실시하여 데이터베이스로 구축하며, 이 구축된 데이터베이스를 근거로 신상품 및 구상품의 반응조사, 판매예측, 연령층별 선호도, 시장흐름을 판단하는 마케팅자료로 활용할 수 있도록 된 것을 특징으로 하는 이메일을 이용한 고객관리방법.

도면

도면1



도면2

(35)

51 케죽얼 브랜드군	511 이엔씨	511-1 신 상품
52 정강 브랜드군	512 오조크	511-2 구 상품
53 스포츠 브랜드군	513 오즈세컨	511-3 세월 상품
54 홀웨어 브랜드군	514 에스 제이	
.	.	
.	.	
55 .	.	

도면3

(36)

고객 1	101 화물정보	101-1 jin72@sin.com
고객 2	102 이메일 주소	103-1 99.12.23.1 개 충부 No:12345
.	102 접속 정보	
.	103 하나이월 정보	
.	104 선호도 정보	104-1 이엔씨 (#) 104-2 오즈세컨 (#)
고객 n	.	.

도R4

35

고객 성별	61	여성 고객	611	연령 15~18	6111	이엔씨 (18)
	62	남성 고객	612	19~20	6112	오조크 (2)
			613	21~23	6113	오조세컨 (41)
			614	24~26		
			615			

도R5

40

To : (고객 ID), (이메일주소) ⁴¹ No:12345

귀하는 () 브랜드의 매니아로서
설문에 진실히 응하여 매니아 침을 발송합니다.

From 브랜드보고